

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di kampus 3 Universitas Muhammadiyah Malang yang beralamat di Jalan Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena kampus 3 dapat mewakili seluruh mahasiswa yang ada di Universitas Muhammadiyah Malang, sehingga dapat memenuhi karakteristik responden yang telah ditentukan. Maka dari itu peluang mendapatkan responden yang menggunakan Oppo *smartphone* lebih banyak daripada di tempat yg lain.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei, dimana peneliti melakukan pengumpulan data, peneliti hanya mencatat data seperti apa adanya, menganalisis dan menafsirkan data tersebut. Menurut Singarimbun (2001), penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

C. Definisi Operasional Variabel

Variabel Variabel dependen (variabel terikat) pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Variabel Independen (variabel bebas) adalah harga dan kualitas produk. Berikut ini adalah definisi operasional masing-masing variabel penelitian:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Oprasional	Dimensi	Indikator	Pengukuran
1	Kepuasan Pelanggan	Suatu sikap yang ditunjukan pelanggan atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakan Oppo <i>smartphone</i>		1) Perasaan puas terhadap penetapan harga dan kualitas produknya pada Oppo <i>smartphone</i> 2) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli Oppo <i>smartphone</i> 3) Puas atas manfaat yang diberikan Oppo <i>smartphone</i>	Skala Likert 1-5
2	Harga	Persepsi sejumlah nilai yang dipertukarkan pelanggan untuk memperoleh produk Oppo <i>smartphone</i>		1) Harga terjangkau 2) Harga suku cadang murah 3) Harga sesuai kualitas produk 4) Harga sesuai manfaat yang dirasakan	Skala Likert 1-5
3	Kualitas Produk	Persepsi kualitas yang terdiri dari sejumlah keistimewaan Oppo <i>smartphone</i> yang memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian memberikan kepuasan terhadap pelanggan atas pengguna Oppo <i>smartphone</i>	<i>Performance</i> (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.	1) Kecepatan kinerja Oppo <i>smartphone</i> sangat baik. 2) Terpenuhinya kenyamanan dan kemudahan dalam menggunakan Oppo <i>smartphone</i> . 3) Sebagai bahan pertimbangan pelanggan saat membeli Oppo	Skala Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Oprasional	Dimensi	Indikator	Pengukuran
			<i>Durability</i> (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk	4) Usia atau keawetan Oppo <i>smartphone</i> saat digunakan .	
		<i>Conformance to Specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.		5) Terpenuhiya Karakteristik desain Oppo <i>smartphone</i> sesuai dengan standar yang ditetapkan 6) Terpenuhiya Karakteristik kualitas Oppo <i>smartphone</i> sesuai standar yang ditetapkan	
		<i>Features</i> (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen		7) Keistimewaan tambahan Oppo <i>smartphone</i> 8) Kelengkapan Oppo <i>smartphone</i> sesuai dengan kebutuhan.	

No	Variabel	Definisi Oprasional	Dimensi	Indikator	Pengukuran
			terhadap produk		
		<i>Reliabilty</i> (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.		9) Terpenuhinya harapan pelanggan atas keberhasilan Oppo <i>smartphone</i> dalam menjalankan fungsinya	
		<i>Aesthetics</i> (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.		10) Bentuk Oppo sesuai yang diharapkan 11) Desain Oppo yang diinginkan 12) Pilihan warna yang menarik	
		<i>Perceived Quality</i> (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti		13) Persepsi Pelanggan dalam menilai Oppo <i>smartphone</i> . 14) Perasaan pelanggan saat menggunakan Oppo <i>smartphone</i> .	

No	Variabel	Definisi Oprasional	Dimensi	Indikator	Pengukuran
			atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.		
			<i>Serviceability</i> , meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramah tamahan staf layanan.	15) Kemudahan dalam memperbaiki Oppo <i>smartphone</i> .	

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi Menurut Sugiyono (2008) “Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Universitas Muhammdiyah Malang yang menggunakan Oppo dengan karakteristik sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang menggunakan Oppo *smartphone* minimum 2 bulan.
2. Mahasiswa yang menggunakan Oppo *smartphone* berumur 18-24 tahun.

2. Sampel

Sampel Menurut Sugiyono (2008) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar peneliti tidak mampu mempelajari semua, maka peneliti dapat menggunakan sampel

yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representative* (mewakili).

Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang pengguna Oppo *smartphone*. Metode pengambilan sampel yang digunakan menurut Hair dalam Ferdinand (2006) jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali 5 sampai 10, cara menghitung untuk mengetahui sampel yang bisa diambil yaitu jumlah indikator yang ada dikali 5 sampai 10. Dalam penelitian ini terdapat 22 indikator, besarnya sampel adalah $5 \times 22 = 110$ sampel.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan penelitian sampel *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2008) *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan adanya kesamaan bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Purposive sampling* adalah penentuan sampel berdasarkan adanya tujuan tertentu, dalam hal ini agar sampel yang diambil *representative* (Arikunto 2006).

E. Sumber Data

Sumber Data primer yaitu data yang langsung diperoleh dari objeknya (Sugiyono 2008). Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data-data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, yaitu Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data di dalam penelitian ini menggunakan metode Kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan membagikan daftar pertanyaan kepada responden, penyebaran kuesioner ini dapat dijadikan sebagai bukti tertulis dalam pengolahan data yang dilakukan peneliti. Sugiyono (2008), teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

G. Teknik Pengukuran Data

Dalam penelitian ini tanggapan responden diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Sugiyono, (2008) menyatakan bahwa, skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Pengukuran skala *Likert* pada penelitian ini maka masing-masing jawaban dari setiap pertanyaan variabel bebas dan variabel terikat akan diberi skor dengan ketentuan sebagai berikut: “Sangat Setuju” diberi skor 5, “Setuju” diberi skor 4, “Cukup setuju” diberi skor 3, “Tidak setuju” diberi skor 2 dan “Sangat tidak setuju” diberi skor 1.

H. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrument Suatu instrument dikatakan valid jika mempunyai validitas tinggi dan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang gambaran tentang validitas yang dimaksud. Dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dengan metode *product moment* (Arikunto, 2006) dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

x = skor tiap butir pertanyaan

y = skor total

n = jumlah sampel

Apabila r sudah diketahui, maka selanjutnya membandingkan hasil dari r perhitungan dengan r yang terdapat dalam tabel. Jika hasil nilai dari r hitung lebih besar dari r dalam tabel pada alpha tertentu maka dikatakan signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan adalah valid, sedangkan apabila r hitung lebih kecil dari r dalam tabel maka instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Kriteria yang ditetapkan adalah r hitung (koefisien korelasi) lebih besar dari r tabel (nilai kritis) pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$,

jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis maka alat tersebut dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2006) reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik, dengan demikian reliabilitas menunjuk pada tingkat keterhandalan sesuatu. Uji ini diperlukan untuk mengetahui kestabilan alat ukur. Sebuah alat ukur dikatakan reliabel, andaikan pengulangan pengukuran untuk subyek penelitian yang sama menunjukkan hasil yang konsisten. Rumus yang digunakan untuk mencari reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* (Arikunto, 2006). Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma \tau^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir di kuadratkan

$\sigma \tau^2$ = Jumlah varian total dikudratkan

Apabila r hitung lebih besar daripada r tabel, maka data yang digunakan adalah realibel, sebaliknya jika r hitung lebih kecil daripada r tabel maka data yang digunakan tidak realibel. Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai $\alpha > \text{atau} = 0,6$.

I. Teknik Analisis Data.

1. Rentang Skala

Rentang skala digunakan untuk mengukur dan menilai variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini rentang skala digunakan untuk mendiskripsikan bagaimana harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Oppo *smartphone*. Untuk menentukan rentang skala menggunakan rumus (Umar 2001) sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{n}$$

Dimana :

RS = Rentang skala

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

Berdasarkan rumus tersebut maka dapat diperoleh rentang skala dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} RS &= \frac{110(5-1)}{5} \\ &= \frac{440}{5} = 88 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, telah diperoleh nilai rentang skala sebesar 88, dengan demikian skala penelitian variabel harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang dapat dilihat pada tabel 3.2 sebagai berikut.

Tabel 3.2
Rentang Skala Variabel Harga, Kualitas Produk dan
Kepuasan Konsumen

Skala Penilaian	Harga	Kualitas Produk	Kepuasan Pelanggan
110 – 198	Sangat Tidak Terjangkau	Sangat Tidak Berkualitas	Sangat Tidak Puas
199 – 286	Tidak Terjangkau	Tidak Berkualitas	Tidak Puas
287 – 374	Cukup Terjangkau	Cukup Berkualitas	Cukup Puas
375 – 462	Terjangkau	Berkualitas	Puas
463 – 550	Sangat Terjangkau	Sangat Berkualitas	Sangat Puas

Sumber: Data diolah 2016

2. Regresi Linier Berganda

Menurut Sanusi (2011) analisis regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah variabel bebas yang awalnya hanya satu menjadi dua atau lebih. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (harga dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan). Regresi linier berganda dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut.

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

α = Konstanta

$b_1 \dots b_2$ = Koefisien regresi

Y = Kepuasan Pelanggan

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas produk

e = *Standart error*

J. Uji Hipotesis

1. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2011) uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel-variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent/terikat. Pengujian ini bermaksud menguji pengaruh variabel independen (harga dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) secara bersama-sama. Rumus uji f dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 \times t}{1 - R^2} \times \frac{n - k}{k - 1}$$

Ghozali (2011)

Keterangan :

$R^2 \times t$ = nilai R^2 dari hasil estimasi regresi parsial variabel independen.

n = jumlah observasi (data).

k = jumlah variabel independen termasuk konstanta.

Perhitungan untuk uji F ini dengan membandingkan nilai F tabel dan F hitung. Kriteria signifikansi yaitu 0,05. Hipotesis yang diuji harus dapat memenuhi syarat signifikansi 0,05 yaitu pengambilan keputusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

$F \text{ tabel} > F \text{ hitung}$, maka H_0 diterima atau H_a ditolak.

$F \text{ tabel} < F \text{ hitung}$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

2. Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2011) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individu dalam menerangkan variabel dependent. Pengujian ini bermaksud untuk menguji pengaruh variabel (harga dan kualitas produk) secara individu terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

Rumus uji t dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$t = \frac{x - \mu}{s/\sqrt{n}}$$

Suharyadi (2013)

Keterangan :

t = nilai distribusi t

x = nilai rata-rata sampel

μ = nilai rata-rata populasi

s = standart deviasi sampel

n = jumlah sampel

Perhitungan untuk uji t ini dengan membandingkan nilai t tabel dan t hitung, pengambilan keputusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

t tabel > t hitung, maka H0 diterima atau Ha ditolak

t tabel < t hitung, maka H0 ditolak atau Ha diterima

Syarat tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$ atau 0,05), hipotesis juga dapat diuji dengan angka probabilitas signifikansinya, yaitu

Probabilitas signifikan > 0,05 maka H0 diterima

Probabilitas signifikan < 0,05 maka H0 ditolak